

УДК: 330.341.1

В.М. ГОЛОВІЙ, к.н. з держ. упр., доц. Харківський інститут фінансів
Українського державного університету фінансів і міжнародної торгівлі

ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: СУТНІСТЬ, ПОТЕНЦІАЛ

Розкрито сутність інноваційного підприємництва, його види: інновації продукту, технологій (виробничих, управлінських, ринкових), соціальні інновації. за критеріями об'єктів і організаційних форм. Визначено організаційні моделі інноваційного підприємництва: ієрархічна, внутрішніх мереж, міжорганізаційних мереж, венчур. Розкрито сутність та структуру потенціалу інноваційного підприємництва.

Essence of innovative enterprise, his kinds: innovation of product, technologies (productive, administrative, market), social innovations is exposed. The organizational models of innovative enterprise: hierarchical, intranets, interorganizational networks, venture are certain. Essence and structure of potential of innovative enterprise is exposed.

Ключові слова: потенціал, інновації, стратегічне управління потенціалом, мета.

Введення. Інноваційне підприємництво є найважливішою складовою національної інноваційної системи, його головним завданнями є перетворення інтелектуального продукту-новації на інновацію, що має ринковий потенціал, виступає чинником ефективності та конкурентоспроможності національної економіки. Різні аспекти сутності, чинників та напрямів розвитку інноваційного підприємництва аналізуються вітчизняними і зарубіжними науковцями: В. Гейцем, Л. Грачовим, А. Динкіним, П. Друкером, Н. Івановою, Д. Кокуріним, Л. Мельником, В. Осецьким, Л. Федуловою та ін. Однією з актуальних проблем, що потребує теоретичного обґрунтування, є визначення моделей інноваційного підприємництва, що сприяють ефективній реалізації його потенціалу.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування сутності, видів організаційних моделей інноваційного підприємництва, структури інноваційного потенціалу сучасного бізнесу.

Методологія. Методологічну основу дослідження становлять теорії інновацій, інноваційної економіки, підприємництва, мережових структур.

Результати дослідження. Підприємництво може бути класичним, спрямованим на максимальну віддачу ресурсів з метою максимізації прибутку та отримання певних конкурентних переваг, і інноваційним, що реалізує основоположну функцію підприємництва – новаторство. У цьому аспекті інноваційне підприємництво – це новаторська підприємницька діяльність, яка охоплює створення інноваційної ідеї, її втілення у певному інтелектуальному

продукті – новації, комерціалізацію та впровадження новацій, рутинізацію та дифузію нововведень з метою отримання прибутку та інших вигод.

Інновації служать специфічним інструментом підприємництва як самі по собі так і спрямований організований пошук нововведень, постійна націленість на них підприємницьких структур. П. Друкер відзначає, що підприємців відрізняє інноваційний тип мислення. Інноваційність – особливий інструмент підприємництва[1, с. 38].

Суб'єктами інноваційної діяльності на мікроекономічному рівні виступають: (а) інноваційні й інноваційно активні фірми, що виконують функції продукування інтелектуального продукту (внутрішньофірмова наука), пошуку і придбання нововведень, їх комерціалізації, впровадження, поширення, управління інноваційним процесом; (б) незалежні учасники зовнішньої інноваційної мережі цих фірм, оскільки, у сучасний період все більш значна кількість стадій інноваційного процесу виноситься у зовнішнє середовище. Варто підкреслити, що інноваційними можуть бути як великі корпорації, так і організації малого бізнесу, особливо ті, що є складниками системи венчурного інвестування.

Об'єктами інноваційного підприємництва є інтелектуальні продукти – новації, створені або придбані фірмами виробничої сфери. У Законі України «Про інноваційну діяльність» такими об'єктами названі: (а) інноваційні програми й проекти, (б) нові знання й інтелектуальні продукти, (в) виробниче устаткування й процеси, (г) інфраструктура виробництва й підприємництва, (д) організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що суттєво поліпшують структуру і якість виробництва й (або) соціальної сфери, (е) сировинні ресурси, засоби їх видобутку й переробки, (є) товарна продукція, (ж) механізм формування споживчого ринку й збуту товарної продукції [2].

Можливо виокремити основні види інноваційного підприємництва за критерієм пріоритетного об'єкту інновацій – продукт, процес, сфера:

1) інновація продукції – процес оновлення ринкового потенціалу підприємства, що сприяє збільшенню обсягу прибутку, розширенню частки на ринку, збереженню та розширенню клієнтури, зміцненню незалежного положення, підвищенню репутації тощо;

2) інновація технологій – процес оновлення а) виробничих технологій відповідно до завдань інноваційного процесу, спрямований на підвищення продуктивності праці і економії енергії, сировини та інших ресурсів, що дає можливість збільшити обсяг прибутку фірми; б) управлінських технологій з метою забезпечення організаційно-економічних умов ефективної інноваційної діяльності;

в) ринкових технологій, орієнтованих на ефективний продаж інноваційної продукції, поширення нововведень, їх довгострокову прибутковість;

3) соціальні інновації, застосування яких розширює можливості фірми на ринку інтелектуальних ресурсів, насамперед трудових, мобілізує працівників на творчу працю, зміцнює довіру до соціальних зобов'язань фірми перед працівниками і суспільством.

Важливо підкреслити, що зазначені види інноваційного підприємництва тісно взаємопов'язані: інновація продукції базується на новітніх технологіях та соціальних інноваціях, оскільки потребує оновлення всіх сфер життєдіяльності фірми. Інновація виробничих технологій вимагає соціальних інновацій, оскільки передбачає новий рівень продуктивності праці, та має за мету виробництво інноваційної продукції.

За способом організації інноваційного процесу можна виділити такі моделі інноваційного підприємництва:

1) ієрархічна організація як внутрішньофірмова система вертикальних комунікацій, влади і відповідальності, наказів-команд і розпоряджень;

2) внутрішня організація інноваційного процесу – інновація створюється і освоюється всередині фірми її спеціалізованими підрозділами на базі їх взаємодії – внутрішні мережі;

3) зовнішня організація на базі системи контрактів, певні стадії інноваційного процесу здійснюють незалежні організації – міжорганізаційні мережі;

4) венчури – фірма для реалізації інноваційного проекту засновує дочірні венчурні фірми, що привертають додаткові кошти.

Ієрархія забезпечує спрямованість діяльності працівників і підрозділів фірми на досягнення цілей бізнесу. Але система наказів-команд та вертикальної підпорядкованості обмежує творчість, без якої інноваційна діяльність неможлива. Внутрішні і зовнішні мережі, основу яких складають горизонтальні комунікації, самоорганізація, самостійність, довіра і інноваційність, забезпечують розвиток інноваційної культури та мислення.

Внутрішня мережа заснована на групових формах праці співробітників фірми, об'єднаних для розв'язання ключових завдань, що виникають перед інноваційним бізнесом. Центальною ланкою цієї мережі виступає робоча (проектна) команда працівників фірми, діяльність яких спрямована на досягнення загальної мети. Робоча (проектна) команда як структурна одиниця внутрішньої мережі фірми формується на засадах певних принципів, що забезпечують ефективність її діяльності, як-то: мультидисциплінарність, інтеграція, синергія, спільне сприйняття і спільна діяльність, підпорядкування, довіра, індивідуальне і групове навчання.

Зовнішня мережа інноваційної фірми (міжорганізаційна мережа) як система експліцитних і імпліцитних контрактів між формально незалежними економічними агентами з метою оптимального комбінування і використання ресурсів, також і знання [3, с. 161], виступає організаційною формою її відносин із учасниками інноваційного процесу.

Венчурні фірми є тимчасовими організаційними структурами, які створюються для вирішення конкретних проблем, пов'язаних із здійсненням інноваційного процесу. Значення венчурної моделі інноваційного підприємництва полягає у тому, що її застосування забезпечує реалізацію інноваційних проєктів, комерціалізує наукові дослідження і продукт, збільшує зайнятість висококваліфікованих фахівців, сприяє науково-технічному розвитку певних галузей економіки; удосконаленню управління та організаційних структур. Основною сферою розповсюдження венчурної моделі є новітні наукоємні галузі.

Інноваційне підприємництво здійснюється на базі потенціалу, ефективно створення та реалізація якого є його найважливішим завданням. У сучасній науковій літературі, присвяченій проблемам інноваційної діяльності, не склалося ще єдиного визначення інноваційного потенціалу та його структури. Інноваційний потенціал визначається як сукупність фінансових, матеріальних і трудових ресурсів, які може використати дана система для реалізації пілотних проєктів, тобто таких, які спрямовані на виробництво нових видів продукції[4, с. 241]; сукупність різних видів коштів, механізмів і ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, науково-технічні та інші види ресурсів, у тому числі людський капітал, які необхідні для здійснення інноваційної діяльності; не сума, а впорядковану масу цих ресурсів[5, с. 24] Інноваційний потенціал – це інноваційні ресурси бізнесу, включаючи їх зовнішні джерела і внутрішню конфігурацію, «тверді» фінансово-економічні й організаційно-технічні параметри і «м'які» складники, як-то: лідерство, культура, довіра, корпоративне громадянство [6, с. 103]. На думку Д. Кокуріна, інноваційному потенціалу притаманні триєдина сутність: (а) ресурсний рівень (ресурсний потенціал) – сукупність ресурсів, використовуваних у певних соціально-економічних формах для виробництва інноваційної продукції, що задовольняє суспільні потреби; упорядкована їх система у натуральному й вартісному вираженні, використовуваних для створення матеріально-технічної бази інноваційного середовища; (б) результативний рівень – результат реалізації наявних можливостей і (в) внутрішній рівень – здатність ефективно перетворювати ресурси на інноваційний продукт [7, с. 106, 131]. Л.І. Федулова пише, що інноваційний потенціал – це здатність системи породжувати і вчасно освоювати новачії відповідно до прийнятої стратегії розвитку; сукупність

різних видів ресурсів, зокрема матеріальних, фінансових, інтелектуальних та інших, необхідних для здійснення інноваційної діяльності [8, с. 470].

Отже, у сучасній науковій літературі переважає ресурсний підхід до визначення інноваційного потенціалу.

Пріоритетним ресурсом інноваційної діяльності фірми, її інноваційним потенціалом є знання.

Знання, які використовуються в організаціях, бувають спеціальними та загальними. До спеціального знання відносяться ноу-хау, дослідження ринку конкретної продукції, особлива корпоративна культура, специфічні методи управління, оригінальні способи мотивації персоналу та ін. Спеціальне знання є найбільш вірогідним джерелом конкурентної переваги організації, оскільки формує її відмітні здібності. До спільного знання, яким володіють аналогічні організації в галузі, відносяться знання про способи виробництва продукції, про базові галузеві технології. До спільного відноситься також те знання, яке розділяють всі організації (універсальні принципи, знання про фундаментальні закони та ін.) Загальне знання необхідно будь-якому бізнесу, але складно створити конкурентну перевагу на базі цього знання.

Залежно від галузі знань можна виділити технологічні знання (знання про технології створення продукту), маркетингові знання (про групи споживачів, цінової політики, способах просування товару тощо), макроекономічні знання (про тенденції зміни курсу валют, зовнішньоекономічних тенденції, перспективи збільшення внутрішнього попиту та ін.). З точки зору носіїв знання існують індивідуальні та групові знання. Те, що знає окрема людина, є його індивідуальним знанням.

Знаннєвий підхід до визначення інноваційного потенціалу складає основу визначення останнього як сукупності потенціалів освоєння, генерування (створення), поширення знань і потенційного попиту на знання.

Потенціал освоєння знань – це здатність засвоювати нові знання і адаптувати імпортні технології. Потенціал генерування(створення) знань – це дослідницький потенціал важливий не тільки для створення нових знань, але і як механізм їх впровадження і освоєння. Поширення знань є основним механізмом, за допомогою якого реалізуються економічні вигоди від інвестицій у НДДКР і від збільшення потенціалу освоєння знань. Попит на НДДКР і інновації є ключовим економічним механізмом, який ініціює процеси генерування знань в результаті НДДКР, а також діяльність по освоєнню і поширенню знань.

Висновок. Видами інноваційного підприємництва як орієнтованої на отримання прибутку новаторської діяльності в ринкових умовах, що охоплює

створення інноваційної ідеї, її втілення у певному інтелектуальному продукті-новації, комерціалізацію та впровадження новацій, рутинізацію та дифузію нововведень з метою отримання прибутку та інших вигод, за критерієм пріоритетного об'єкту інноваційної діяльності є: інновація продукції; інновація технологій (виробничих, управлінських, ринкових; соціальна інновація. До моделей інноваційного підприємництва за способом організації інноваційного процесу належать внутрішні мережі, міжорганізаційні мережі, венчури. Онову новаторського бізнесу становить його інноваційний потенціал – сукупність знаннєвих ресурсів та здатність інноваційного підприємництва генерувати, поширювати, освоювати знання, а також, формувати і задовольняти попит на знання та інновації.

Список літератури: 1. *Друкер П.* Бизнес и инновации /Питер Ф. Друкер ; пер. с англ. К.В. Головинский. – М.: ООО « И.Д. Вильямс». – 2007. – 432 с. (Парал. тит. англ.). 2. Про інноваційну діяльність: Закон України: 04.06.2002 р., № 40-IV /Відом. Верхов. Ради України. – 2002. – №36. – Ст. 266. 3. *Шерешева М.Ю.* Межфирменные сети: [монография] /М.Ю. Шерешева. – М.: Экономический фак. МГУ, ТЕИС, 2006 . – 320 с. 4. *Мельник Л.Г.* Информационная экономика: [учебн. пособ.] /Леонид Григорьевич Мельник. – Сумы: ИТД «Университ. кн.», 2003. – 288 с. 5. Інноваційний потенціал України: підприємство, галузь, регіон, країна: Круглий стіл //Економіст. – 2004.– №5. – С. 24. 6. Информационная экономика /[Дынкин А.А., Иванова Н.И., Грачев Л.П. и др.]. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М.: Наука, 2004. – 352 с. 7. *Кокурин Д.И.* Информационная деятельность: [монография] /Дмитрий Иванович Кокурин. – М.: Экзамен, 2001. – 576 с. 8. *Федулова Л.І.* Інноваційна економіка: [підручник] /Любов Іванівна Федулова. – К.: Либідь, 2006. – 480 с.

Подано до редакції 30.09.2010